



RAPPORTO
*eco*media

“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”



“I media, descrivendo e precisando la realtà esterna, presentano al pubblico una lista di ciò intorno a cui avere un’opinione e discutere”

“in conseguenza dell’azione dei giornali, della televisione e degli altri mezzi d’informazione il pubblico è consapevole o ignora, enfatizza o trascurava elementi specifici degli scenari pubblici”

cit. da Shaw, “*Agenda-setting and mass communication theory*”





SCENARIO



- Il tema dello **sviluppo sostenibile** ha un impatto rilevante sul pubblico dei mezzi di comunicazione di massa, interessando una vasta gamma di aspetti legati all'ambiente, all'economia, alla società.
- La sostenibilità ha inoltre acquisito nuovi caratteri ed ulteriore rilievo nel quadro dell'**agenda 2030** dello sviluppo sostenibile e nel programma d'azione per le persone, il Pianeta e la prosperità sottoscritto a Parigi (COP 21) nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU.
- *“Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile - Sustainable Development Goals, SDGs - in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target' o traguardi. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni” (UNCR, agenda 2030).*



SCENARIO: OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Lotta a ogni forma di povertà nel mondo; crescita economica inclusiva, posti di lavoro sostenibili, uguaglianza

Sicurezza alimentare, miglioramento della nutrizione e promozione di un' agricoltura sostenibile

Salute e benessere per tutti e per tutte le età: salute infantile, salute materna, vaccini e farmaci, hiv/aids, malaria, tubercolosi e altre malattie

Educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti

Uguaglianza di genere ed emancipazione di tutte le donne e le ragazze

Disponibilità e gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie

Accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni

Crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, occupazione piena e produttiva, lavoro dignitoso per tutti

Infrastruttura resiliente e innovazione e industrializza-

zione equa, responsabile e sostenibile

Ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni: disparità di accesso alla sanità, all'educazione e ad altri servizi

Città e insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili

Modelli sostenibili di produzione e di consumo: acqua, energia, cibo, risorse naturali, rifiuti

Promozione di azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico

Conservazione e utilizzazione in modo durevole di oceani, mari e risorse marine per uno sviluppo sostenibile

Protezione, ripristino e promozione di un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre

Società pacifiche ed inclusive ai fini dello sviluppo sostenibile, accesso universale alla giustizia, istituzioni responsabili ed efficaci

Rafforzamento dei mezzi di attuazione e rinnovo del Partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.





MISSIONE

La maggioranza dei cittadini italiani si informa, principalmente, ancora sui media tradizionali (prevalentemente tv), ma anche stampa, sale l'attenzione anche su radio, siti web e social network.

Un'informazione che a volte raccoglie le istanze in modo confuso e superficiale, antepone il sensazionalismo alla critica obiettiva, preferisce l'intrattenimento all'approfondimento, sostituisce esperti qualificati con divulgatori improvvisati e privi di titoli e competenze specifiche.

Nel 2014 viene istituito, per la prima volta in Italia, l'**Osservatorio Eco-Media** (www.osa-ecomedia.it), con l'obiettivo di dare una fotografia periodica su come le tematiche ambientali vengono trattate sui maggiori mezzi d'informazione.

Da questa proficua esperienza, e come sua «naturale» evoluzione, si è deciso di ampliarne i contenuti dando così vita, nel dicembre 2017, all'**Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media (OSA)** che intende fornire elementi di analisi (monitoraggio dei media, mappature degli stakeholder, analisi valoriali) per una riflessione sulla comunicazione della sostenibilità, al fine di valutare la natura dell'informazione, l'autorevolezza delle fonti e l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento.



PENTAPOLIS



MISSIONE

OSA, primo e unico think tank italiano permanente sull'informazione relativa agli obiettivi dello sviluppo sostenibile e all'ambiente, si pone le seguenti finalità di:

- raccogliere dati primari e aggiornati sui flussi dell'informazione relativamente alle tematiche di sostenibilità;
- stimolare i grandi editori, ossia coloro che governano il sistema mediatico, affinché i temi d'interesse abbiano lo spazio e la continuità che meritano;
- incentivare una filiera produttiva di settore green, cercando così di arrivare a un prodotto finale vicino all'impatto zero;
- appassionare un nuovo pubblico di lettori puntando sulla sostenibilità;
- divulgare le buone pratiche, pubbliche e private, alimentando così un circolo emulativo virtuoso;
- favorire il dibattito tra esperti, studiosi, manager e professionisti della comunicazione, studenti e cittadini interessati, fornendo materiali e strumenti d'analisi sull'informazione della sostenibilità.



PENTAPOLIS



ORGANIZZAZIONE

OSA si propone di raggiungere gli obiettivi prefissati grazie al contributo e alla professionalità di diversi attori:

- **PENTAPOLIS**

Ideatore, definisce i temi da monitorare, condivide gli obiettivi con i vari partner e favorisce lo sviluppo dell'iniziativa

- **PARTNER**

Co-partecipano, di volta in volta, al sostegno (anche economico) per la raccolta e l'interpretazione dei dati e lo svolgimento delle molteplici attività

- **SOSTENITORI**

Co-partecipano, di volta in volta, al sostegno (anche economico) per la raccolta e l'interpretazione dei dati e lo svolgimento delle molteplici attività

- **AUDIENCE**

Rappresenta i media da monitorare e/o da analizzare

- **COMITATO SCIENTIFICO**

Ha il compito di supervisionare e garantire la qualità delle varie iniziative.





OBIETTIVI

I risultati delle ricerche saranno funzionali all'obiettivo più generale di **promuovere e sostenere un processo di advocacy, dentro e attraverso i media**.

I rapporti di ricerca e la loro divulgazione potranno, infatti, fornire informazioni utili agli stakeholder (associazioni, enti, istituzioni, aziende), costituire oggetto di presentazione e dibattito nell'ambito di eventi aperti al pubblico (conferenze, seminari, tavole rotonde e workshop, ospitati da enti pubblici, scuole, università), favorire il confronto e la discussione dei risultati (attraverso attività seminariali e formative destinate alle scuole, ai media così come ad altre figure professionali operanti nel settore della comunicazione), rafforzare la consapevolezza sul ruolo strategico dei media nella divulgazione e promozione dello sviluppo sostenibile.

OSA realizza almeno **3 Ricerche annuali** (la conoscenza è presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e migliorarne il benessere), e una serie di **attività di comunicazione, formazione e sensibilizzazione** in grado di coinvolgere i mass media, le istituzioni, le imprese, la società civile, le scuole e il grande pubblico.



PENTAPOLIS



ATTIVITÀ

Cardine del progetto è l'analisi quali/quantitativa che monitorerà l'attenzione e gli atteggiamenti espressi sul tema della sostenibilità.

Le RICERCHE - L'analisi di OSA è composta da tre assi di ricerca:

> **Agenda 2030 Media Monitor** dedicata alla presenza e alle modalità di presentazione dei temi legati alla sostenibilità all'interno dell'agenda dei Tg Prime Time italiani e Europei

> **Rapporto Eco-Media** dedicato in modo specifico all'informazione sui temi ambientali all'interno dell'agenda dei Tg Prime Time italiani

> **Eco Leader Media Research** dedicata ai decisori pubblici e la loro agenda green nei TG Prime Time italiani.

Il PREMIO - Ogni anno viene assegnato il **Premio Giornalisti per la Sostenibilità**, un riconoscimento simbolico assegnato ai giornalisti italiani che si siano particolarmente distinti per l'impegno in favore della divulgazione, anche scientifica, delle tematiche ambientali e di sostenibilità. Sono presi in considerazione articoli e servizi pubblicati su carta stampata, web, radio e tv.

La DIVULGAZIONE - OSA organizza una serie di attività di comunicazione ed iniziative editoriali per divulgare i risultati delle indagini e per promuovere gli obiettivi dello sviluppo sostenibile.



PENTAPOLIS



METODOLOGIA

- Analisi del contenuto e studi quali/quantitativi** su:
 - la visibilità del tema, gli stakeholders, la qualità della comunicazione, i diversi contesti, i focus territoriali, i valori prevalenti (le variabili sopra evidenziate possono essere incrociate tra di loro, tenendo conto delle testate giornalistiche, dei soggetti parlanti, dell'evoluzione diacronica, etc).
- Approfondimento qualitativo** degli elementi per un dibattito sul materiale "critico", ossia quello più prettamente legato al contenuto, alle argomentazioni, ai valori e agli eventuali aspetti critici o distorsioni nell'informazione.
- Analisi delle argomentazioni, dei valori, del profilo lessicale** (definizione delle mappe concettuali e delle parole chiave che ricorrono più frequentemente associate ai temi ambientali, sociali, economici e istituzionali).



NEWS DATABASE

Indicizzazione di tutte le notizie con rilevazione di data, rete, testata giornalistica, ora messa in onda, argomento, tema principale, tema secondario, interviste.

ANALISI DI SCENARIO

Descrizione del contesto (tendenze, fenomeni, eventi, cornici generali, elementi caratteristici) all'interno del quale è tematizzata la sostenibilità.





MAPPATURA STAKEHOLDERS

Rilevazione dei diversi attori della comunicazione, analisi quantitativa e qualitativa dell'immagine di soggetti collettivi, del loro management, soggetti individuali, giornalisti, rappresentanti delle principali categorie di soggetti (esperti, operatori di settore, soggetti pubblici, politici, etc).

MEDIA LIBRARY

Digitalizzazione ed archivio video dei servizi di informazione riguardanti la sostenibilità. Realizzazione di videoschede periodiche di sintesi dei principali prodotti mediatici dedicati a temi e soggetti pertinenti.



MONITORAGGIO BASE

il monitoraggio base è previsto per 365 giorni sui maggiori mezzi d'informazione in ambito carta, tv, radio e web

Per contestualizzare il quadro italiano nello scenario europeo, potranno essere analizzati a campione anche i principali telegiornali europei (ARD, FRANCE2, BBC, TVE).

(*) Nonostante la nascita e la rapida diffusione di new media, la televisione generalista svolge ancora un ruolo determinante nella formazione dell'opinione pubblica su temi ed argomenti di interesse generale.

Nel mondo dell'informazione la centralità dei telegiornali è ancora fuori discussione visto che l'80,9% degli italiani li utilizza come fonte. In Italia totale spettatori tg prime time ai+mediaset+la7, mercoledì 11 maggio 2016 = 15.245.000 spettatori




EVENTI

OSA si impegna a divulgare i risultati della sua attività di ricerca e a favorire l'incontro tra istituzioni, imprese, associazioni, esperti e società civile.

Gli appuntamenti:

> **Giugno**  - evento di presentazione del *Agenda 2030 Media Monitor*

> **Ottobre**  - evento di presentazione di *Eco Leader Media Research*

> **Dicembre**  - evento di presentazione del *Rapporto Eco-Media* e assegnazione *Premio Giornalisti per la Sostenibilità*



BENEFIT SOSTENITORI

Il Partner avrà diritto alla valorizzazione dell'Azienda e/o Ente attraverso l'**inserimento del logo**:

- ✓ nei **Rapporti** distribuiti in occasione dei vari eventi;
- ✓ nei **depliant, brochure, cartelle stampa e in tutto il materiale informativo** relativo a eventi, forum, seminari, conferenze organizzati per la presentazione dei Report;
- ✓ nelle **pagine web e social** dedicate (sito, newsletter etc);
- ✓ sulla **copertina** e all'**interno** delle iniziative editoriali.

Il «sostenitore» potrà partecipare alle iniziative di comunicazione (eventi, forum, seminari, conferenza stampa etc).





REPORT DATI 2014-2020

- ✓ **1500** giornalisti iscritti e partecipanti
- ✓ **150** relatori tra rappresentanti di istituzioni, associazioni di categoria, imprese, università, enti no profit
- ✓ **200** articoli tra agenzie, quotidiani, periodici e testate web
- ✓ **70** newsletter a 15.000 indirizzi

Promosso	
Insieme	
In partenariato	
In collaborazione	     
Con il patrocinio	  
Con la partecipazione	      
Con il sostegno	 
Con il contributo	
Ufficio stampa	
Media partner	 Agency partner  Partner tecnico 

PROMOTORE 1/2

Pentapolis nasce nel 2006 come associazione culturale, nel 2012 diventa una Onlus, nel 2021 si costituisce in tre realtà, ciascuna con una propria specializzazione e funzionalità operativa: **Pentapolis Institute ETS, Pentapolis Communication SB, Pentapolis Goal4Planet ASD.**

Tre anime che condividono un'unica idea dal valore universale: promuovere una comunità urbana *glocale* più sostenibile, giusta ed equa.

Diffonde gli obiettivi di sviluppo sostenibile dettati dall'Agenda 2030 (ONU), soprattutto nei contesti urbani (Polis), ed è attiva in diversi settori: giornalismo, comunicazione, scienze sociali, ricerca, formazione, eventi, cercando di apportare un contributo di valori, progetti e iniziative.

Un laboratorio di idee e una factory, con attenzione al Presente e la proiezione al Futuro.

Pentapolis è un think tank dove le istituzioni nazionali, gli enti locali, le imprese, la società civile, il mondo della ricerca, i media e i cittadini si connettono, incontrano, confrontano, dialogano e agiscono.

Cinque (Penta) sono le linee d'indirizzo a cui ha deciso di ispirarsi.

Pace: promuovendo società pacifiche, giuste e inclusive.

Partnership: attuando l'Agenda 2030 attraverso una solida partnership globale.

Persone: ponendo fine alla povertà e alla fame in tutte le forme e garantire dignità e uguaglianza.

Pianeta: proteggendo le risorse naturali e il clima per le generazioni future.

Prosperità: garantendo una vita prospera e soddisfacente in armonia con la natura.

PROMOTORE 2/2

PENTAPOLIS INSTITUTE (ENTE TERZO SETTORE)

L'associazione ha il compito principale di divulgazione, formazione e ricerca

PENTAPOLIS COMMUNICATION (SOCIETA' BENEFIT)

La società svolge attività editoriale, comunicazione e organizzazione eventi

PENTAPOLIS GOAL4PLANET (ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA)

L'associazione è attiva nel settore sportivo

Pentapolis è socio fondatore e promotore della Fondazione Global Compact Network Italia (ONU) e socio aderente di ASviS (Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile)



c/o PENTAPOLIS
sede legale Piazza dell'Esquilino 29, 00185 Roma
info@pentapolis.eu
www.osa-ecomedia.it - www.pentapolis.eu



PENTAPOLIS®